Pinot Grigio DOC delle Venezie: stato dell’arte e sfide in risposta alle dinamiche del mercato

scritto da Claudia Meo | 6 Novembre 2024



In occasione del Congresso del Consorzio DOC delle Venezie i rappresentanti della denominazione dialogano con istituzioni e operatori della filiera sulle prospettive del Pinot Grigio. Tra domanda estera, adattamento alle preferenze globali e innovazione nella comunicazione, il Consorzio DOC delle Venezie punta a sostenere un vino simbolo del nord-est italiano attraverso nuove sfide e sinergie di filiera.

Il recente Congresso del Consorzio DOC delle Venezie – di cui abbiamo parlato in questo articolo: Al Castello di Udine il Congresso DOC Delle Venezie analizza il futuro del Pinot

Grigio italiano – è stato l'occasione per un ricco confronto strategico tra esponenti della Denominazione, istituzioni, industria e stampa specializzata su temi di primaria importanza per il Pinot Grigio, il suo territorio e l'intero settore vitivinicolo nazionale.

La DOC interregionale delle Venezie è la denominazione più estesa d'Italia, con 27.000 ettari e una produzione annua di 230 milioni di bottiglie, e coinvolge operatori della filiera del Pinot Grigio in Veneto, Friuli-Venezia Giulia e nella Provincia Autonoma di Trento.

L'82% della produzione italiana di Pinot Grigio si trova nella DOC delle Venezie, mentre il 42% del vigneto di Pinot Grigio mondiale è localizzato in Italia. In termini di mercato il 96% delle bottiglie di Pinot Grigio delle Venezie DOC prende la strada dell'estero, in primis verso gli USA, seguiti da Regno Unito, Germania, Canada e altri; il residuo 4%, con 8,6 milioni di bottiglie, resta in Italia.

In termini di segmentazione di mercato il Pinot Grigio è grande protagonista della GDO estera, che premia il felice connubio tra immediatezza, versatilità, facilità di comprensione e accessibilità di prezzo.

La masterclass che ha corredato l'evento convegnistico ha messo in evidenza ottimi vini in una fascia di prezzo altamente compatibile con il consumo quotidiano: una carta vincente per il Pinot Grigio, in un momento come quello attuale, che vede i consumi globali di vino in calo.

Negli Stati Uniti la scelta di bere Pinot Grigio è una "safe choice", una garanzia di qualità e di coerenza: i territori italiani sono premiati nel mondo proprio per la capacità di esprimere vini convincenti; il nord-est italiano, tra i diversi territori d'eccellenza, garantisce un'uniformità che viene largamente premiata dai buyer stranieri.

Oggi il Pinot Grigio è uno dei protagonisti del panorama

vitivinicolo italiano in grado di raccogliere al meglio la sfida dettata dai trend di consumo globale: produrre vini di qualità, di consumo non impegnato e di fascia di prezzo inclusiva.

La sfida, in realtà, parte da molto più lontano, e ha a che vedere con la scelta di consumare vino piuttosto che birra, cocktail o bevande di altro tipo. Molto interessante lo spunto fornito dagli esponenti della grande distribuzione presenti al convegno: i dati di mercato mostrano che la riduzione dei consumi di vino è dovuta a motivazioni complesse e che i prodotti concorrenti del vino, quali birra, superalcolici e bibite stanno immettendo sul mercato varianti a zero calorie e a ridotto tenore alcolico, se non a zero alcol.

Un vino come il Pinot Grigio ha tutte le carte in regola per rimanere protagonista del suo mercato, a patto che non ci siano tabù, e che sia quindi libero di esprimere tutte le sue doti di flessibilità e di adattabilità al mercato.

Interessante a questo proposito mettere a confronto il Pinot Grigio con il Prosecco, indiscusso rappresentante del nord est enologico italiano sui mercati del mondo. Il Prosecco sbaraglia la concorrenza per il grande potenziale comunicativo che incorpora: la bollicina è sinonimo di convivialità e di occasioni di consumo giovanile e non impegnato.

Si tratta di caratteristiche che il Pinot Grigio può tranquillamente fare sue. A patto che le sue doti siano valorizzate con uno sforzo comunicativo adeguato.

Provocatoriamente, le fascette di garanzia non vogliono dire molto per il consumatore, se non le si spiega, utilizzando il linguaggio che il consumatore intende ascoltare. Occorre grande coraggio per rivedere la comunicazione servendosi di tutti gli strumenti a disposizione, a partire dal packaging, senza eccessivi pregiudizi. L’imballo, l’etichetta, il tipo di chiusura sono strumenti che hanno un ruolo che va molto al di

là della propria funzione tecnica: rendere il packaging attrattivo e democratico vale a volte molto di più di un messaggio comunicativo, quale che sia il mezzo di trasmissione.

Il dibattito sollevato durante il convegno si è poi aperto anche ad aspetti più tecnici, quali lo stato dell'arte delle sperimentazioni sui PIWI e l'applicabilità al Pinot Grigio, negli stretti limiti fissati dalla normativa attuale. Il Pinot Grigio è un mosaico genetico e questo rende allo stato molto complessa la sperimentazione di vitigni resistenti compatibili; ma certamente il tema non può essere trascurato in ottica prospettica, cosi come quello dell'utilizzo di Tecniche di Evoluzione Assistita.

Il **Presidente del Consorzio Albino Armani**, in rappresentanza della Denominazione, avverte con grande responsabilità l'impegno che il Regolamento Europeo 2024/1143 ha posto in capo ai Consorzi; a ruoli più ampi si legano maggiori oneri, ma è certamente una strada stimolante quella che il legislatore europeo ha messo in campo per i "gruppi di produttori", in Italia i Consorzi.

Il **Direttore Stefano Sequino** individua gli ambiti in cui il Consorzio intende far sentire la propria azione, in linea con le disposizioni europee: la gestione dell'offerta, la responsabilità sociale, la congrua ripartizione del valore tra gli attori di filiera e la sostenibilità.

Un invito, quello lanciato dal Consorzio nelle prestigiose sale del Castello di Udine, alla collaborazione tra Consorzi e istituzioni, al confronto attivo tra tutti gli attori della filiera su temi non più opzionali per un vino che sappia accettare le prove imposte dai trend di consumo e dalla liquidità del mercato.

Key point

1. Leadership produttiva del Pinot Grigio DOC delle Venezie
2. Successo del Pinot Grigio nei mercati esteri
3. Sfide comunicative e concorrenza
4. Innovazione e ricerca
5. Collaborazione tra consorzi e istituzioni